

KITEKINTÉS

A SHARING ECONOMY KÉRDŐJELEI

Artner Annamária

doi:

Napjainkban felkapott témává vált a „sharing economy”. Egyesek lelkesednek érte (pl. Botsman, 2015a, 2015b, Molnár, 2017), míg mások fenntartásokkal kezelik (pl. Bedő, 2016, Dojcsák, 2013). Az alábbi írás azt a kérdést kívánja körüljárni, hogy újszerű és kedvező jelenséggel állunk-e szemben, s ha igen, mennyiben, ha pedig nem, akkor miért nem.

A „sharing economy” (a továbbiakban: SE) megosztáson alapuló gazdaságot (szószerinti fordításban „megosztó gazdaságot”) jelent. A modellt tulajdonképpen a Wikipédia alapítói találták fel 2000–2001-ben, de hasonló logikára épül a 2000-es évek közepe táján indult YouTube és az nCore torrent-oldal is. Ezek jellemzője, hogy a felhasználók maguk önkéntesen töltik fel, szerkesztik és ingyenesen élvezik az oldalak tartalmát.

Az SE mára ennél tágabb fogalomná vált. Beleértik a közösen szervezett gyermekmegőrzéstől kezdve a globális profitorientált vállalkozásokig mindazt, ami „arról szól, hogy a javainkat megosztjuk, és nem individuálisan használjuk” – fogalmaz Szabó Katalin egyetemi tanár (in: Molnár, 2017), aki az SE-t korunk legnagyobb gazdasági innovációjának tartja. „Tiszta megosztásnak” nevezi azt, amikor a szolgáltatás nonprofit módon, viszonzás alapon zajlik, és „vegyesnek”, ahol ugyan szintén az embereknél lévő erőforrások megosztásáról van szó, de itt a cél már a jövedelem vagy nyereség (ibid).

Az SE-fogalom a mai napig bizonytalan, nincs egységesen elfogadott definíciója. Ennek jele az is, hogy már vagy egy tucat más névvel is illetik (collaborative consumption, geg economy, peer economy, shared capitalism, the mesh (háló), circular economy, people economy, on-demand economy etc.), de használják vele összefüggésben a kollektív vásárlás, az együttműködő fogyasztás, a megosztott tulajdon, a reciklálás, az újraelosztás, a tömeg-gazdaság, a mikrovállalkozás, a szociális média fogalmát (illetve ezek angol megfelelőit) és még számos egyéb hasonlót is (l. Matofska 2016).

A téma nemzetközileg egyik legelismertebb „szakértője”, Rachel Botsman, akire a Pricewaterhouse átfogó tanulmánya (PwC 2015) is hivatkozik, könyvek kiadásával, cikkek, előadások tartásával, valamint egy mesterszakos oxfordi kurzus vezetésével a mai napig remekül megél a téma népszerűsítéséből. Botsman, igyekezvén rendet vágni e kavalkádban, olyan üzletként definálja az SE-t, amely

1. kihasználatlan kapacitásokat kínál,
2. átlátható és emberi,
3. értékvezérelt,
4. hozzáférést és nem tulajdont biztosít, valamint
5. megosztáson, decentralizált hálózaton keresztül működik. (Botsman, 2015a)

Ez azonban még nem ad teljes képet. Az SE-nek, mint fentebb említettük, van profitorientált („for-profit”) és nem profitcélú („non-profit”) formája, azaz takarhat tiszta bizniszt és a szó eredeti értelmében közösségi szerveződést egyaránt. Bár mindkét fajta SE a fejlett információs technológiákra épül, a for-profit forma sokkal elterjedtebb és dinamikusabban is fejlődik, mint az önzetlenségre és bizalomra épülő non-profit megoldások.

A piaci modellben az anyagi és humán erőforrások pénz ellenében történő megosztásáról van szó, az ügylet célja tehát jövedelem, illetve nyereség, de legalábbis az erőforrást kínáló számára költségcsökkentés. Ide tartozik például a carsharing (autómegosztás), mint pl. a Telekocsi, amikor a kocsi tulajdonosa egy előre megadott útvonalra vesz fel utastársa(ka)t a benzinköltség arányos megosztásáért cserébe. Az ilyen autót többnyire jóval olcsóbb, mint más közlekedési módok, ezért igénybevevői elsősorban a mobil, nyitott és kevésbé jómódú fiatalok. Egy további példa a piaci típusú SE-re a lokális vásárlást előnyben részesítő piaci „közössége” (pl. 30km.hu), akiket a környezettudatosság és a minőségi élelmiszerek iránti vágy sarkall – bár az ilyen esetekben éppen a hivatalos kiskereskedelmi lánc kikerülése miatt nem biztosított a termékek minőségi ellenőrzése. Itt a célpiac leginkább a jómódú, ráérő középpolgár. A piaci modellhez tartozik még az elektronikus bolhapiac (eBay, Vatera), bár ezeket valamilyen érthetetlen okból nem szokás a sharing economy körébe sorolni (PwC, 2015). Annál inkább a turizmus, vendéglátás terén működő Airbnb-t, azt a 2008-ban Kaliforniában alapított vállalkozást, amely internetes felületet kínál szálláskiadók és -keresők számára. Az alapítók eredetileg magánszemélyek kapacitásait kívánták így mozgósítani, de ma már cégek is kínálják szálláshelyeiket az Airbnb-n, elvileg olcsóbban, mint a jegyzett szálláshelyeket hirdető Booking.com, valójában azonban gyakran ugyanolyan vagy még magasabb áron. A cég működését adó- és szabálykerülő magatartása miatt már több helyütt – így például Berlinben és Madridban – szigorú korlátozásoknak vetették alá, s Magyarországon is vannak vele problémák (Mt 2017, Origo, 2017). Nyereszkeskedési célokat szolgál a pénzügyek területén több SE-platform, például az ún. crowdfunding-ok, amelyek hasonló módon működnek, mint a vállalkozói tőke vagy az üzleti angyalok, vagyis induló vállalkozásokhoz adnak pénzt. A SE körébe sorolt non-profit pénzügyi forrásmegosztással kapcsolatban az elemzők gyakran az önzetlenséget és érzelmi, intuitív döntéseket tolják előtérbe, holott ez egyfelől nem új (a családi-baráti kör korábban is összedobhatta az induló tőkét egy-egy ötlethez), sőt messze megelőzte a SE-hullámot (vagy amit annak neveznek), másfelől arányait tekintve oly csekély mértékű, hogy gazdasági-társadalmi hatása elenyésző (Hanula, 2013).

Nem mellesleg és nem véletlenül talán a pénzügyi szférában a legnehezebb – de legalábbis a legkevésbé meggyőző – az „újszerű” közösségi (önzetlen) együttműködés elválasztása a „hagyományos” formáktól. Ha a távolabbi múltba tekintünk, az állam által kibocsátott, a lakosság számára felkínált, meghatározott (háborús vagy béke) célú kötvények is a crowdfunding első példái közé tartoznak. Egy újabb példa pedig Magyarország, ahol 2016 februárjában a Magyar Kockázati és Magántőke Egyesület (!) bábáskodása mellett alakult meg a magyar üzleti angyalok hálózata (Hungarian Business Angel Network), azzal a céllal, „hogyan közösségbe szervezze a hazai angyal befektetőket, vagyis azokat a magánszemélyeket, akik korai fázisú vállalkozásokat karolnak fel” – és még csak nem is ez volt az első ilyen jellegű kezdeményezés.

Mindazonáltal természetesen vannak valóban önzetlen, a jól felfogott közösségi érdekre építő, elkötelezettséget megtestesítő kezdeményezések is, amelyekre lényegében illik az SE romantikus definíciója. Ilyenek például a torrent oldalak, ahol a letöltésért cserébe feltöltéssel kell „fizetni” (viszonosság), vagy a szabad szoftverek (pl. Linux), amelyek fejlesztése önkéntesen történik, és bizonyos esetekben a finanszírozás is, ha a pénzt grátisz nyújtják (pl. Kickstarter), bár ez utóbbi esetben, mint már említettük, a tartós siker egyáltalán nem látszik valószínűnek (l. Hanula, 2013).

Mindezek alapján levonható a következtetés, hogy a sharing economy nem alapvetően új gazdálkodási forma – mindössze a régi piacgazdaság (*bellum omnium contra omnes*) „hatékonyabban”. Ez a hatékonyság az internet, illetve az összekapcsolható digitális kommunikációs platformok jóvoltából (kvázi) korlátlanra váló információközlésnek köszönhető. Ez ugyan egyáltalán nem kevés, sőt nagyon is jelentős lépés, de rohamosan terjed a szolgáltatások majd minden területén, nem kérdőjelezve meg azok piaci – for-profit – természetét. Mivel a korszerű információs technikák számottevően megkönnyítik a piacra lépést, a verseny növekedését eredményezik, ami – legalábbis kezdetben – a felhasználók számára kedvező árcsökkenést eredményezhet. Amint azonban a „szabad” piaci mechanizmusokból kinőnek a monopóliumok, ez az előny is elenyészik a vásárlók számára.

Ami marad, a magánszférába is behatoló piac, a magánélet egyre nagyobb részének áruvá válása („kommodifikáció”), illetve a személyes vagyontárgyak (lakás, autó) munkaeszközként való üzemeltetése jövedelemszerzés céljából. Ez pedig egyáltalán nem pozitív fejlemény a társadalmunkra nézve, hiszen az individualizáció folyamatának kiteljesedésével jár: a kinőtt ruha, megunt bútor stb., amely korábban ingyen a baráthoz, szomszédhoz került, ma már könnyen eladásra kínálható valamelyik netes bolhapiacra. Az autóstoppolást, amely a rászoruló utas ingyen szállítását jelenti, felváltja a költségmegosztásos vagy egyenesen nyereségorientált „sharing economy” (pl. Telekocsi vagy Uber), és – mint pl. az Uber esetében – megjelenik benne a „tisztá” kapitalista viszony, csak éppen a foglalkoztatás prekárius formájával, a kizsákmányolás és önkizsákmányolás mozzanataival. Ezzel az a piaci „rugalmasság”, amelyet az internethez kapcsolódó eszközök biztosítanak a

kínálat és kereslet gyors összeillesztéséhez, egyben a feketegazdaság tenyésztelepeként is szolgál. Az adóelkerülés pedig minden, csak nem közösségi tevékenység.

Oda jutottunk tehát, hogy minden érdekessége, újszerűsége és adott esetben az emberek jóhiszeműségére és segítőkézségére építő pozitív jellemzője ellenére a sharing economy inkább csak egy hangzatos kifejezés az emberi viszonyok további eldologiasodására. Jó példája annak, hogy a technika alárendelődik a társadalmi formának, amelyben alkalmazzák. Az internet éppúgy lehet a közösségi élet, mint az áruk közvetítője, de a kapitalizmusban, ahol a termelőeszközök tulajdoni koncentrálttsága óriási, csak az utóbbi funkció dominanciája érvényesülhet.

Felhasznált irodalom:

- Bedő Iván (2016): A munkásosztály megosztása, Heti Világgazdaság, letöltés: http://hvg.hu/velemeney/20160721_gig_economy_uber_airbnb
- Botsman, R (2015a): Defining The Sharing Economy: What Is Collaborative Consumption –And What Isn't?, letöltés: <https://www.fastcoexist.com/3046119/defining-the-sharing-economy-what-is-collaborative-consumption-and-what-isnt>
- Botsman, R. (2015b): The Changing Rules of Trust in the Digital Age, Harvard Business Review, October 20. Letöltés: <https://hbr.org/2015/10/the-changing-rules-of-trust-in-the-digital-age>
- Dojcsák Dániel (2013): Sharing economy: divat, vagy működő új üzleti modell? HWSW, június 14., Letöltés: <https://www.hwsz.hu/hirek/50432/sharing-economy-startup-gazdasag-leweb.html>
- Hanula Zsolt (2013): Így nem váltotta meg a Kickstarter a világot, Index.hu, letöltés: http://index.hu/tech/2013/02/25/igy_nem_valtotta_meg_a_kickstarter_a_vilagot/
- Matofska, B. (2016): What is the Sharing Economy? The People Who Share, letöltés: <http://www.thepeoplewhoshare.com/blog/what-is-the-sharing-economy/>
- Molnár Csaba (2017): Sharing economy: lyuk kell, nem fűrógép, Magyar Nemzet Online, február 28., <http://mno.hu/tudomany/sharing-economy-lyuk-kell-nem-furogеп-1388018>
- MT (2017): Hetek óta nem fizet az Airbnb a magyar lakáskiadókknak, Index.hu, február 10. http://index.hu/gazdasag/2017/02/10/aibnb_nem_fizet_a_budapesti_lakaskiadokknak_wordpay/
- Origo (2017): Barkassy Grünfeld: a NAV tudja, hogy ki nem adózik Airbnb-s jövedelme után, Origo, letöltés: <http://www.origo.hu/jog/lakossagi/20170118-barkassy-grunfeld-nav-airbnb-adozas.html>
- PwC (2015): Osztogatnak vagy fosztogatnak? A sharing economy térnyerése, 2015 PricewaterhouseCoopers Magyarország Kft. Letöltés: https://www.pwc.com/hu/hu/kiadvanyok/assets/pdf/sharing_economy.pdf
- Tretina, K. (2016): How You Can Earn \$18 to \$25 an Hour With Amazon Flex, letöltés: <http://www.wisebread.com/how-you-can-earn-18-to-25-an-hour-with-amazon-flex>
- Tung, L-L. –Yeow Hoong Whye, B. –Tee, C. E. (2001): The Role of Trust in Business-to-Business Electronic Commerce in Singapore. Conference paper. “e-Everything: e-Commerce, e-Government, e-Household, e-Democracy” 14th Bled Electronic Commerce Conference Bled, Slovenia, letöltés: 2001. [https://domino.fov.uni-mb.si/proceedings.nsf/0/952aaa8396ba2706c1256e9f002e7daa/\\$file/02_tung.pdf](https://domino.fov.uni-mb.si/proceedings.nsf/0/952aaa8396ba2706c1256e9f002e7daa/$file/02_tung.pdf)
- Zervas, G. –Proserpio, D. –Byers, J.W. (2017): The Rise of the Sharing Economy: Estimating the Impact of Airbnb on the Hotel Industry, Journal of Marketing Research In-Press, doi: <http://dx.doi.org/10.1509/jmr.15.0204>